

**OPTIMALISASI PRODUKSI SARUNG TENUN GOYOR
TRADISIONAL MENGGUNAKAN ATBM DI HOME
INDUSTRY DUNIA INDAH**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata 1
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

**Oleh :
YOLANDA REGGI NURLITA SARI
A210170242**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**OPTIMALISASI PRODUKSI SARUNG TENUN GOYOR
TRADISIONAL MENGGUNAKAN ATBM DI HOME INDUSTRY
DUNIA INDAH**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:
Yolanda Reggi Nurlita Sari
A210170242

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji.

Surakarta, 5 Mei 2021



Prof. Dr. Harsono, SU
NIDN. 0620026001

HALAMAN PENGESAHAN

OPTIMALISASI PRODUKSI SARUNG TENUN GOYOR TRADISIONAL MENGUNAKAN ATBM DI HOME INDUSTRY DUNIA INDAH




Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

YOLANDA REGGI NURLITA SARI

A210170242

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 2 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. Harsono, SU
(Ketua Dewan Penguji)  (.....)
2. M. Fahmi Johan Syah, S.Pd., M.Pd
(Anggota I Dewan Penguji)  (.....)
3. Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd
(Anggota II Dewan Penguji)  (.....)

Surakarta, 2 Juni 2021

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,





Prof. Dr. Harsono Joko Prayitno, M.Hum
IDN. 0028046501

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 29 April 2021

Yang membuat pernyataan



Yolanda Reggi Nurlita Sari

NIM. A210170242

OPTIMALISASI PRODUKSI SARUNG TENUN GOYOR TRADISIONAL MENGUNAKAN ATBM DI HOME INDUSTRY DUNIA INDAH

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan optimalisasi produksi sarung tenun goyor tradisional menggunakan alat tenun bukan mesin di *home industry* Dunia Indah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data sumber. Tahapan teknik analisis data meliputi menentukan informan, mewawancarai informan, membuat catatan etnografi, mengajukan pertanyaan deskriptif, menganalisis wawancara, membuat domain, mengajukan pertanyaan struktural, membuat taksonomik, mengajukan pertanyaan kontras, analisis komponensial, menemukan tema budaya, dan menulis etnografi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sarung goyor memiliki keunggulan yakni pemakaian dapat menyesuaikan musim, motif yang unik, warna yang tidak mudah luntur dan daya tahan yang cukup awet. Sarung goyor memiliki kesan tradisional karena seluruh proses produksinya menggunakan alat-alat tradisional meliputi baki/plangkan, pemintal benang, pengerek, ATBM dan lokasi penjemur. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mengoptimalkan produksi sarung goyor di *home industry* Dunia Indah yakni dengan pemilihan bahan baku, menjaga takaran obat pewarna, mengatasi kendala, mengontrol persediaan dan pembagian tugas kerja. Hal tersebut bertujuan untuk mempertahankan kualitas sarung goyor karena dalam aktivitas produksi juga perlu memperhatikan permintaan pasar sehingga hasil produksi memiliki kualitas atau kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Sasaran pasar sarung goyor mengarah ke pasar lokal dan internasional. Untuk menjangkau sasaran pasar tersebut dengan memperhatikan kualitas produk, penetapan harga, saluran distribusi dan promosi yang dilakukan.

Kata kunci: Optimalisasi Produksi, Sarung Goyor, Tradisional

Abstract

This research aims to describe the optimization of the production of traditional goyor woven sarongs using non-machine looms in the Dunia Indah home industry. This research uses a qualitative research type with an ethnographic design. Collecting data in this study by means of observation, interviews and documentation. The validity of the data in this study used triangulation of source data. The stages of data analysis techniques include determining informants, interviewing informants, making ethnographic notes, asking descriptive questions, analyzing interviews, creating domains, asking structural questions, making taxonomies, asking contrasting questions, componential analysis, finding cultural themes, and writing ethnography. The results of this study explain that goyor sarongs have advantages, namely the use can adjust to the seasons, unique motifs, colors that do not fade easily and durability that is quite durable. The goyor sarong

has a traditional impression because the entire production process uses traditional tools including trays/planks, yarn spinners, winches, ATBM and drying locations. This study concludes that optimizing the production of goyor sarongs in the Dunia Indah home industry is by selecting raw materials, maintaining the dosage of dye drugs, overcoming obstacles, controlling inventory and dividing work tasks. It aims to maintain the quality of goyor gloves because in production activities also need to pay attention to market demand so that the production has the quality or criteria desired by consumers. The target market for goyor gloves is local and international markets. To reach the target market by paying attention to product quality, pricing, distribution channels and promotions.

Keywords: Optimization Production, Sarung Goyor, Traditional

1. PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia terus berkembang pesat hingga saat ini. Kelebihan dari UMKM yakni mampu berkembang dengan modal sendiri. Menurut Ahmedova (2015) seiring perkembangan bisnis maka semakin ketat pula persaingannya sehingga menuntut sektor usaha untuk terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dan menciptakan inovasi pada bisnis yang dijalankan seperti meningkatkan kualitas produk, pemberdayaan sumber daya manusia dan memperbaiki atau memperluas sektor pemasaran. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bahwa:

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan

Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki banyak kontribusi dalam sektor perekonomian misalnya penciptaan lapangan kerja, pajak, pendapatan domestik bruto (PDB) (Muriithi, 2017). Usaha kecil dan menengah adalah salah satu sumber yang menciptakan lapangan kerja dan pembangunan lokal dalam ekonomi (North & Varvakis, 2016). Peran UMKM sangat penting untuk pembangunan ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Gherghina dkk, 2020). Hal ini berarti semakin maju sektor UMKM maka

berdampak positif bagi roda perekonomian. Berdasarkan data terakhir dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia melalui *website* resminya mengenai perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) bahwa pada tahun 2017 jumlah unit usaha di Indonesia berjumlah 62.928.077 dimana 99,99% UMKM atau sebanyak 62.922.617 unit dan 0,01% adalah usaha besar atau sebanyak 5.460 unit. Kemudian, pada tahun 2018 jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mengalami peningkatan sebesar 2,02% menjadi 64.194.057 unit. Dari jumlah tersebut pada tahun 2017 UMKM mampu menyerap 116.431.224 orang dan kemudian meningkat lagi sebesar 0,47% pada tahun 2018 menjadi 116.978.631 orang. Berdasarkan data di atas, perkembangan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan dan diikuti dengan meningkatnya kebutuhan tenaga kerja pada sektor usaha tersebut. Hal ini membuktikan bahwa UMKM dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi pengangguran. Salah satu bentuk UMKM yang berperan dalam meningkatkan roda perekonomian yakni industri rumah tangga / *home industry*. Industri rumah tangga membantu memperluas lapangan pekerjaan khususnya bagi masyarakat di sekitar tempat tinggal. Produk yang dihasilkan *home industry* berupa kerajinan, makanan, baju, dan sebagainya. Banyak produk *home industry* yang diminati oleh pasar lokal atau bahkan pasar internasional.

Kegiatan industri biasanya berkaitan dengan proses produksi dimana tujuannya yakni mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Menurut Supriyanto (2013) mengatakan bahwa manufaktur adalah proses merubah bahan baku menjadi suatu produk. Proses merubah bahan baku menjadi suatu produk ini meliputi (1) perancangan produk, (2) pemilihan bahan baku, dan (3) tahapan proses produksi. Industri rumah tangga atau *home industry* adalah suatu usaha kreatif yang dijalankan perorangan atau kelompok masyarakat rumah tangga dengan skala produksi kecil hingga menengah dan biasanya merupakan usaha keluarga (Fithri dkk, 2019). Pengembangan industri pada sektor manufaktur dapat meningkatkan perekonomian, memerangi kemiskinan dan menuju pembangunan berkelanjutan (Dafa'Alla, 2016). Industri rumah tangga memiliki kontribusi positif dengan terbukanya lapangan pekerjaan bagi warga sekitar sehingga dapat meningkatkan

penghasilan rumah tangga (Suranto dkk, 2020). Melalui *home industry* dapat menciptakan masyarakat yang mandiri, kreatif dan produktif serta meningkatkan pendapatan rumah tangga. Jika pendapatan rumah tangga meningkat ini berarti juga meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat (Budiasih dkk, 2019).

Kegiatan produksi berhubungan dengan pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun produk jadi yang memiliki nilai tambah dalam rangka memperoleh keuntungan (Ayu dkk, 2020). Tujuan dari kegiatan produksi ini ialah untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang diperoleh dari penjualan hasil produksi. Untuk memperoleh keuntungan yang maksimal diperlukan strategi pada kegiatan produksi supaya perusahaan dapat mengoptimalkan produksinya. Dalam mendukung proses industri manufaktur yang kompleks memerlukan keputusan untuk menyusun perencanaan produksi (Hahn & Brandenburg, 2017). Tujuan dari penyusunan perencanaan produksi yaitu untuk mencapai tingkat produksi yang optimum (Chandrawat dkk, 2017). Untuk itu sebelum melakukan proses produksi perlu adanya perencanaan mengenai jumlah produksi barang, biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh. Perencanaan produksi dilakukan untuk mengukur efisiensi kinerja dalam proses produksi sehingga dari informasi tersebut digunakan sebagai penilaian kemajuan perusahaan dalam rangka mencapai efisiensi kinerja (May dkk, 2015).

Dunia Indah merupakan salah satu *home industry* di Desa Pojok Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo. Pemilik *home industry* Dunia Indah yaitu Ibu Surani. Usaha industri rumah tangga itu merupakan usaha keluarga yang berkembang turun menurun. *Home industry* Dunia Indah berdiri sejak 1954. Hal yang menarik dari proses produksi sarung goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah yaitu masih menggunakan peralatan tradisional. Mulai dari benang putih yang diberi warna kemudian dilakukan proses penjemuran hingga proses menenun. *Home industry* milik Ibu Surani masih mempertahankan cara tradisional dalam memproduksi kain tenun. Sarung goyor tradisional ini ditenun menggunakan ATBM (alat tenun bukan mesin) yang masih menggunakan tenaga manusia. Penggunaan ATBM (alat tenun bukan mesin) ini menjadi potensi *home industry* Dunia Indah karena perkembangan teknologi yang semakin pesat, sekarang ini

banyak pengrajin tenun yang beralih menggunakan mesin. Namun, Dunia Indah masih mempertahankan teknik tradisional dalam memproduksi sarung tenun goyor tradisional. Hal ini termasuk bentuk memelihara kearifan lokal yang memiliki manfaat positif bagi perkembangan ekonomi khususnya untuk industri rumah tangga (Suranto dkk, 2019). Mengembangkan industri rumah tangga kreatif berarti mereka menyediakan lapangan kerja dalam kewirausahaan sosial dan sekaligus melestarikan warisan budaya nasional (Amin dkk, 2018).

Menurut Handoko (2017) mengatakan bahwa manajemen produksi dan operasi adalah suatu usaha pengelolaan secara optimal terhadap penggunaan sumber daya atau faktor produksi. Fungsi manajemen produksi yaitu perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengendalian. Hal ini bertujuan agar berbagai masukan (input) dapat memproduksi keluaran (output) dalam jumlah, kualitas, harga, waktu, dan tempat tertentu sesuai permintaan konsumen. Menurut (Nur & Djaffar, 2020) bahwa manajemen yang kurang tepat dan keterbatasan modal yang tersedia menjadi kendala dalam meningkatkan perekonomian rumah tangga. Penelitian yang dilakukan Kumar dkk (2020) bahwa dengan mengendalikan persediaan bahan baku dapat membantu mencapai produksi yang optimal dimana proses produksi akan terus berjalan dengan lancar. Menurut Georgiadis dkk (2019) mengatakan bahwa dengan adanya perencanaan produksi perusahaan dapat memperhitungkan kendala yang terjadi dan mencapai biaya yang efisien. Dengan adanya rencana, meskipun hanya berupa catatan-catatan kecil dapat menjadi gambaran yang jelas mengenai tujuan yang akan dicapai (Harsono, 2015).

Kegiatan produksi merupakan suatu fungsi penting bagi pencapaian sasaran suatu organisasi. Salah satu sasarannya adalah dapat hidup berkesinambungan serta dapat tumbuh dan berkembang secara terus menerus. Melalui kegiatan produksi, suatu organisasi perusahaan harus mampu menghasilkan barang atau jasa secara efektif dengan biaya yang efisien, kualitas produk yang baik dan layanan yang cepat (S. Assauri, 2016). Pemeliharaan peralatan produksi akan berdampak pada produksi yang lancar dan menghasilkan produk yang berkualitas (He dkk, 2017). Seorang pengusaha harus mengetahui apa yang dibutuhkan dalam usahanya seperti bahan baku, desain produk, pemasaran produk, dan sebagainya (Suranto dkk, 2020).

Dalam mengoptimalkan produktivitas pada suatu industri maka perlu adanya manajemen produksi. Selain mengoptimalkan produksi, suatu perusahaan juga harus dapat memasarkan barang yang telah diproduksi maka strategi pemasaran juga diperlukan sebagai indikator keberhasilan kegiatan produksi yang optimal. Menurut Andaleeb (2016) bahwa strategi yang diterapkan dalam menjangkau sasaran pasar ialah memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dimana produk yang dihasilkan perusahaan harus mampu memenuhi permintaan pasar untuk itu perlu menerapkan identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen, menentukan target pasar dan menentukan posisi pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Himawati (2018) penelitian ini menjelaskan bahwa optimalisasi produksi melalui pembagian spesialisasi kerja untuk meningkatkan mengoptimalkan produksi. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan hasil produksinya supaya konsumen tertarik membeli produk yang ditawarkan yakni dengan cara perbaikan dan mempertahankan kualitas dalam memproduksi barang, sehingga mampu meningkatkan daya saing produknya di pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Ortikmirzaevich (2018) penelitian ini menjelaskan bahwa faktor penting dalam menunjang kegiatan produksi yaitu tempat produksi yang baik, penggunaan biaya produksi yang efisien, pengendalian/kontrol terhadap kegiatan produksi dan selalu memastikan kualitas produk yang dihasilkan.

Penentuan sasaran pasar atau *targetting* merupakan kegiatan mengevaluasi dan memilih pasar yang akan dijadikan tempat atau lokasi pemasaran produk-produk perusahaan. *Targetting* adalah menentukan segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan. Dalam menentukan sasaran pasar perlu memperhatikan bauran pemasaran yang meliputi produk, penetapan harga, pemilihan lokasi, dan promosi (Wibowo & Priansa, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Mandasari dkk (2019) hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam strategi pemasarannya menerapkan bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *marketing mix* dalam memasarkan produknya yaitu melalui strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Dengan menerapkan strategi pemasaran 4P dapat memberikan perkembangan pada usaha yang di jalankan. Penelitian yang

dilakukan penelitian yang dilakukan oleh (Handayani & Ardini, 2017) bahwa usaha home industry dapat bertahan dan berkelanjutan melalui strategi pemasaran yang baik dimana dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan memperkenalkan produk lokal ke mata dunia.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik produksi sarung tenun goyor tradisional yang optimum menggunakan ATBM di *home industry* Dunia Indah. Kemudian tujuan utama tersebut dijabarkan sebagai berikut: (1) untuk mendeskripsikan karakteristik keunggulan sarung tenun goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah. (2) untuk mendeskripsikan mendeskripsikan proses produksi sarung tenun goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah. (3) untuk mendeskripsikan karakteristik sasaran pasar sarung tenun goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Penelitian etnografi merupakan prosedur penelitian kualitatif untuk mempelajari, mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasi pola budaya suatu kelompok dalam hal struktur, hubungan antar struktur, nilai-nilai, perilaku, kepercayaan, bahasa, dan pandangan yang dianut bersama. Dalam penelitian etnografi peneliti mengumpulkan data dengan cara menghabiskan waktu di mana mereka melakukan penelitian. Hal itu bertujuan untuk memahami pola terbaik dari suatu kelompok budaya, yakni peneliti harus sering mengunjungi lokasi penelitian untuk mengumpulkan data yang lengkap. Peneliti mengumpulkan data dalam lingkungan di mana partisipan berada dan di mana pola budaya dapat dipelajari (Harsono, 2019). Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Keabsahan data pada penelitian menggunakan triangulasi sumber yakni dengan melakukan perbandingan informasi yang diperoleh dari beberapa narasumber dipilih sehingga data atau informasi yang diperoleh terpercaya. Triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara mempertemukan minimal tiga narasumber sehingga data penelitian dapat dikatakan valid atau terpercaya (Harsono, 2016).

Teknik analisis data pada penelitian ini dengan meliputi menentukan informan, mewawancarai informan, membuat catatan etnografi, mengajukan pertanyaan deskriptif, menganalisis wawancara, membuat domain, mengajukan pertanyaan struktural, membuat taksonomik, mengajukan pertanyaan kontras, analisis komponensial, menemukan tema budaya, dan menulis etnografi (Spardley, 2007).

Penelitian ini bertempat di *Home Industry* Dunia Indah yang berada di Dukuh Kenteng RT 03 RW 05, Desa Pojok, Kecamatan Tawangsari, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Suasana disana masih asri pedesaan dan sekelilingnya masih banyak persawahan. Beberapa masyarakat sekitar berprofesi sebagai pengusaha sarung tenun goyor. Dengan adanya *home industry* dapat menyerap tenaga kerja, sehingga masyarakat sekitar ada juga yang bekerja sebagai penenun. Peneliti memilih tempat penelitian tersebut karena seiring perkembangan zaman beberapa pengusaha kain tenun beralih menggunakan mesin namun *home industry* Dunia Indah masih bertahan menggunakan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian telah dilakukan terkait optimalisasi produksi sarung tenun goyor tradisional menggunakan ATBM di *home industry* Dunia Indah sebagai berikut.

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Keunggulan Sarung Goyor

Sarung goyor merupakan sarung yang terbuat dari benang rayon yang terdiri dari benang lusi dan motif kemudian diolah menggunakan alat-alat tradisional dan ditenun menggunakan alat tenun bukan mesin. Berikut tabel hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai keunggulan sarung goyor.

Tabel 1. Hasil Temuan Penelitian Terkait Keunggulan Sarung Goyor

No.	Keunggulan Sarung Goyor
1	Pemakaian sarung goyor dapat menyesuaikan cuaca
2	Memiliki motif yang unik dan warna yang tidak mudah luntur
3	Memiliki daya tahan yang cukup awet
4	Memiliki kesan tradisional

Keunggulan sarung goyor dapat menyesuaikan cuaca artinya jika dipakai saat udara dingin dapat menghangatkan dan saat cuaca panas akan terasa dingin. Selain itu, tampak depan dan belakang memiliki warna dan motif yang sama karena beberapa sarung lain motif depan tampak bagus sedangkan bagian dalam tidak sebagus yang bagian depan. Daya tahan sarung goyor cukup awet tergantung frekuensi pemakaiannya. Untuk mempertahankan kualitas sarung goyor dengan menjaga takaran obat pewarnaan agar menghasilkan warna yang bagus dan tidak mudah luntur. Selain itu, perlu melakukan pemilihan kualitas obat pewarna yang bagus karena pewarnaan akan berpengaruh juga pada kualitas sarung goyor.

3.1.2 Produksi Sarung Goyor

Adapun proses produksi pembuatan sarung goyor di *home industry* Dunia Indah yaitu penyiapan bahan baku, pewarnaan benang, pemasangan benang ke plangkan, proses menggambar motif, proses mengikat benang, pencoletan atau proses pewarnaan pada benang yang telah digambar, pemaletan atau pemintal benang, proses tenun menggunakan ATBM, menjahit, proses mencuci dan menjemur. Berikut tabel hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai produksi sarung goyor.

Tabel 2. Hasil Temuan Penelitian Terkait Produksi Sarung Goyor

No.	Produksi Sarung Goyor
1	Pengorganisasian untuk mempermudah pembagian tugas kerja
2	Tidak menetapkan target kepada para pekerja namun lebih memprioritaskan kualitas
3	Mengontrol persediaan bahan baku dengan melakukan pembelian seminggu sekali
4	Membuat cadangan persediaan benang yang telah diwarnai agar proses produksi berjalan lancar.
5	Memperhatikan takaran obat pewarna agar menghasilkan kualitas produk yang baik.

Saat ini karyawan di *home industry* Dunia Indah ada 12 orang yang dibagi dalam beberapa bagian. Jumlah tersebut mengalami penurunan dari 60 orang sebelumnya, hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan modal dan perang ISIS di timur tengah. Karena tujuan ekspor sarung goyor berada di negara bagian timur tengah. Peralatan yang digunakan meliputi alat tenun bukan mesin, alat pemintal benang (sekir bom), plangkan, pengerek, alat pengukur dan lokasi jemuran. Pengupahan dilakukan berdasarkan hasil yang diperoleh pekerja untuk satu sarung penenun diberi upah kisaran 30 sampai 80 ribu rupiah. Pembelian bahan baku dilakukan setiap seminggu sekali dengan total pengeluaran sekitar Rp. 3.000.000 per minggu. Dari bahan tersebut dapat menghasilkan 2 kodi sarung goyor yang kasar dan 2 kodi sarung goyor yang halus. Jumlah tersebut mengalami penurunan dari sebelumnya 10 kodi per minggu. Hasil produksi sarung goyor yang telah siap diikat setiap satu kodi untuk memudahkan menghitung.

Kendala produksi terjadi saat musim hujan proses pengeringan benang yang telah diwarnai membutuhkan waktu yang lebih lama karena apabila benang belum benar-benar kering akan mudah putus saat proses penenunan sehingga dapat mempengaruhi kualitas sarung yang dihasilkan. Selain itu, kendala terjadi pada kurangnya sumber daya manusia apalagi saat ini banyak orang yang kurang tertarik untuk menjadi penenun. Saat musim panen dan musim tarub para pekerja tentunya jarang menenun hal ini mengakibatkan penurunan hasil produksi sarung goyor. Pengelolaan yang dilakukan dalam mengoptimalkan produksi sarung goyor yaitu dengan melakukan pembagian tugas kerja yakni dari 12 pekerja dibagi menjadi 6 bagian alusan dan 4 yang kasar, 1 orang bagian pemintal benang dan 1 orang bagian plangkan. Kemudian melakukan pengontrolan persediaan benang yang telah diwarnai agar proses produksi berjalan dengan lancar

3.1.3 Sasaran Pasar Sarung Goyor

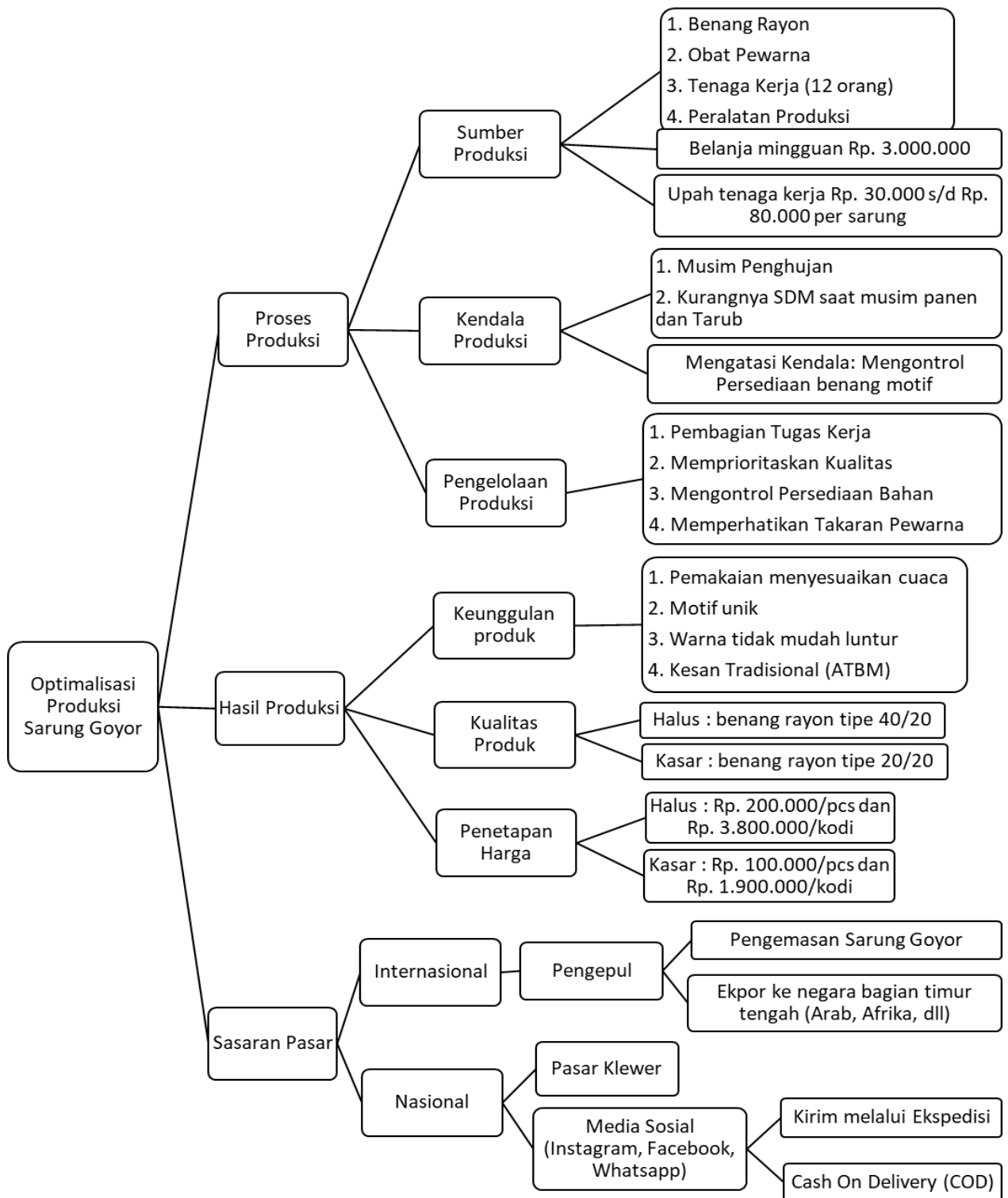
Salah satu keberhasilan produksi ialah perusahaan mampu memasarkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut tabel hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai sasaran pasar sarung goyor.

Tabel 3. Hasil Temuan Penelitian Terkait Sasaran Pasar Sarung Goyor

No.	Sasaran Pasar Sarung Goyor
1	Sasaran pasar sarung goyor mengarah ke pasar lokal dan internasional
2	Pasar lokal yang dituju yaitu pasar klewer
3	Untuk menjangkau pasar internasional melalui perantara yang kemudian di ekspor ke negara bagian Timur Tengah
4	Promosi dilakukan dari mulut ke mulut dan secara online melalui media <i>instagram</i> dan <i>facebook</i>
5	Pelanggan dapat melakukan pembelian secara ecer melalui <i>whatsapp</i> atau datang langsung ke lokasi.

Produk yang dihasilkan Dunia Indah hanya satu jenis saja yakni sarung tenun goyor tradisional. Penetapan harga sarung ada dua jenis kualitas yakni tipe 20/20 dengan harga Rp. 100.000/pcs dan Rp. 1.900.000/kodi kemudian untuk tipe 40/20 dengan harga Rp. 200.000/pcs dan Rp. 3.800.000/kodi. Hasil produksi sarung goyor dpada *home industry* Dunia Indah didistribusikan ke pengepul dan pasar klewer. Untuk tipe 20/20 didistribusikan ke pasar klewer dan yang tipe 40/20 didistribusikan ke pengepul untuk dieskpor ke negara bagian timur tengah. Selain itu, juga melayani pembelian secara ecer melalui *whatsapp* untuk area Sukoharjo bisa dengan *cash on delivery* atau datang langsung ke lokasi produksi dan melayani kirim paket ke seluruh Indonesia. Dunia Indah melakukan promosi dari mulut ke mulut dan sudah terkenal di beberapa kalangan. Desa Pojok sudah terkenal sebagai daerah pengrajin sarung tenun goyor tradisional. Selain itu promosi juga dilakukan secara online melalui media *instagram* dan *facebook*. Saat ini promosi secara online yang dilakukan sedang mengalami penurunan hal ini disebabkan karena pengelolaan media sosial tersebut kurang maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disusun diagram pohon mengenai optimalisasi produksi sarung tenun goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Hasil Penelitian

3.2 Pembahasan

3.2.1 Keterkaitan keunggulan dan kualitas produk untuk mempertahankan kepercayaan konsumen

Setiap produk memiliki keunggulan, hal tersebut menjadi nilai lebih yang dimiliki produk tersebut. Melalui nilai lebih yang dimiliki dapat menjadi pembeda antara produk tersebut dengan produk yang lain. Hal ini dapat dilihat dari segi penampilan produk yang meliputi bentuk, motif, warna, dan sebagainya yang dapat dilihat secara langsung. Penampilan produk itu sendiri dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Selain itu, kualitas juga dapat menambah kenyamanan dan kepercayaan konsumen saat menggunakan produk tersebut. Kualitas merupakan identitas atau ciri khas yang ada pada setiap produk meliputi kinerja, keandalan, keistimewaan, kesesuaian, daya tahan, dan estetika. Produk yang mempunyai kualitas yang baik dapat meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan daya saing produk, menambah ketertarikan konsumen, menambah kepercayaan konsumen untuk terus menggunakan produk tersebut sehingga berdampak pada nama baik perusahaan. Pada satu jenis produk saja dapat dibagi dalam beberapa tingkatan kualitas. Untuk menghadapi persaingan pasar yang berkembang pesat, produsen harus memiliki strategi dalam mempertahankan kualitas produk yang diproduksinya. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumen pada produk yang dimiliki. Upaya yang harus dilakukan untuk menjaga kualitas produk ialah dengan mengelola bahan baku, sumber daya manusia, peralatan produksi, dan sumber-sumber produksi lainnya.

Suatu produk dapat dikatakan mempunyai kualitas yang baik apabila memenuhi kriteria atau standar kualitas yaitu *performance* (kinerja), *Durability* (daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability* (reliabilitas), *aesthetics* (estetika), *perceived quality* (kesan kualitas), *serviceability* (kemampuan layanan) (Miati, 2020). Perusahaan harus menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dengan mempertahankan kualitas dan meningkatkan kualitas dalam memproduksi barang, sehingga mampu meningkatkan daya saing produknya di pasar (Himawati, 2018). Hasil penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa dengan memenuhi

kriteria kualitas, seperti kinerja produk, tampilan produk, kesan tradisional dan standar ukuran menjadi ciri khas yang dimiliki setiap produk. Keunggulan yang dimiliki produk tersebut menjadi daya tarik pembeli untuk membelinya. produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang cukup baik sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut. Untuk menjaga kepercayaan konsumen supaya terus menggunakan produk tersebut, perusahaan harus mempertahankan kualitas produk. Dengan demikian, ada keterkaitan antara tampilan produk, keunggulan produk, tingkatan kualitas produk dan daya tahan yang dimiliki oleh produk tersebut untuk mempertahankan kepercayaan konsumen serta meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut.

3.2.2 Pengelolaan sumber-sumber produksi dalam mengoptimalkan produktivitas.

Proses produksi berkaitan dengan sumber-sumber produksi karena sumber-sumber produksi merupakan suatu faktor penunjang kegiatan produksi. Kegiatan produksi adalah suatu proses pengolahan bahan baku menjadi suatu produk atau barang yang memiliki nilai guna dengan memanfaatkan sumber-sumber produksi. Untuk mengoptimalkan proses produksi diperlukan pengelolaan sumber-sumber produksi secara efisien. Dalam aktivitas produksi terkadang ada hambatan atau kendala yang mengganggu kegiatan produksi. Kegiatan produksi terkadang ada hambatan atau kendala yang mengganggu kegiatan produksi. Kendala produksi sarung ada dua faktor yakni eksternal dan internal. Faktor eksternal merupakan kendala produksi yang berasal dari luar perusahaan misalnya musim, cuaca, bencana alam, dan sebagainya. Proses pengeringan benang yang sudah diwarnai masih mengandalkan sinar matahari sehingga apabila musim penghujan proses pengeringan membutuhkan waktu yang lebih lama. Faktor internal merupakan kendala produksi yang berasal dari dalam perusahaan seperti biaya produksi, modal kerja, sumber daya manusia, bahan baku.

Hasil penelitian mengatakan bahwa mengontrol persediaan bahan baku yang dibutuhkan bertujuan agar produksi terus berjalan. Untuk mengontrol persediaan bahan baku dengan cara melakukan perencanaan bahan yang dibutuhkan setiap minggunya. Bahan baku merupakan unsur penting yang dibutuhkan dalam

proses produksi sehingga perlu dilakukan perencanaan dan pengontrolan agar proses produksi berjalan lancar. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Ortikmirzaevich (2018) bahwa faktor penting dalam menunjang kegiatan produksi yaitu tempat produksi yang baik, penggunaan biaya produksi yang efisien, pengendalian/kontrol terhadap kegiatan produksi dan selalu memastikan kualitas produk yang dihasilkan. Penelitian yang dilakukan Polon,dkk (2018) juga mengatakan bahwa dalam mengoptimalkan produksi perlu mempertimbangkan permintaan pasar dan mengontrol persediaan untuk meminimalisir kerugian sehingga, perlu adanya perencanaan produksi.

Strategi yang dilakukan dalam mengoptimalkan proses produksi yaitu memaksimalkan sumber daya manusia yang ada dengan cara melakukan pembagian tugas kerja hal ini bertujuan untuk membagi tanggung jawab pekerjaan pada masing-masing tenaga kerja. Hal tersebut dapat membantu mempermudah perusahaan dalam mencapai target atau tujuan yang akan dicapai. Melalui pembagian tugas kerja, tenaga kerja dapat lebih fokus untuk menyelesaikan tugas kerja atau tanggung jawab yang diberikan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Himawati (2018) yang menyimpulkan bahwa usaha optimalisasi produksi melalui pembagian dan spesialisasi kerja dilakukan dengan menciptakan karyawan yang berkualitas sehingga pembagian kerja berdasarkan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Anggista (2019) juga mengatakan bahwa manajemen produksi yang baik dengan membuat organisasi untuk mempermudah pembagian tugas, melakukan pengarahan dalam bentuk motivasi terhadap karyawan serta melakukan pengawasan terhadap proses produksi untuk mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan dalam kegiatan.

3.2.3 Keterkaitan antara kualitas produk, harga produk, saluran distribusi dan promosi yang dilakukan dalam menjangkau sasaran pasar.

Penetapan harga jual produk harus sebanding dengan kualitas yang diberikan sehingga perlu memperhatikan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut, pesaing produk (kompetitor), permintaan pasar dan laba yang diinginkan. Strategi yang dilakukan dengan melihat unsur personal perusahaan yakni harga

pokok produk per unit yang diperoleh dari total biaya yang dikeluarkan dibagi dengan jumlah produk yang dihasilkan kemudian ditambah dengan laba yang diharapkan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus melihat unsur eksternal perusahaan yakni pesaing produk atau kompetitor dan permintaan pasar. Dengan melihat harga produk kompetitor hal ini bertujuan untuk mematok harga standar yang ada di pasar sehingga tidak merusak harga pasar yang mengakibatkan kerugian perusahaan. Permintaan pasar memberikan informasi mengenai apa yang diinginkan konsumen sehingga produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Dalam memenuhi keinginan konsumen tentunya dengan menjaga kualitas yang baik sehingga menjaga kepercayaan konsumen pada produk tersebut.

Hasil penelitian ini mengatakan penetapan harga produk berdasarkan total biaya produksi yang dikeluarkan ditambah dengan keuntungan yang diharapkan sehingga harga yang dibandrol sebanding dengan kualitas yang diperoleh konsumen. Penetapan harga juga perlu memperhatikan harga pasar (kompetitor) sehingga tidak merusak harga pasaran. Untuk menjangkau sasaran pasar dengan memperhatikan permintaan pasar kemudian membangun saluran distribusi yang baik dan menerapkan strategi promosi yang efektif untuk menarik konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hasil penelitian didukung oleh Mandasari, dkk (2019) yang menjelaskan bahwa produksi akan dipasarkan sampai ke tangan konsumen baik secara langsung ataupun perantara. Untuk menjangkau sasaran pasar tidak lepas kaitannya dengan bauran pemasaran meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi. Strategi bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *marketing mix* dalam memasarkan produknya, yaitu melalui strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Dengan menerapkan strategi pemasaran 4P dapat memberikan perkembangan pada usaha yang dijalankan. Penelitian yang dilakukan oleh Gujral (2016) mengatakan bahwa pemasaran online adalah platform yang efektif untuk membantu mengkomunikasikan produk sesuai dengan minat atau keinginan pelanggan. Dengan demikian, dalam menerapkan strategi bauran pemasaran dapat membantu produsen dalam mejangkau sasaran pasar. Strategi yang diterapkan meliputi produk, penetapan harga, lokasi/pendistribusian dan strategi promosi.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa untuk mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap sarung tenun goyor tradisional di *home industry* Dunia Indah dengan memperhatikan pemilihan bahan baku, takaran obat pewarna, dan kerapian hasil tenun. Hal ini bertujuan untuk menjaga tampilan produk, kualitas produk dan daya tahan produk tersebut. Dalam mengoptimalkan produksi sarung goyor di *home industry* Dunia Indah dilakukan dengan cara selalu mengontrol persediaan benang agar proses produksi terus berjalan, mengatasi kendala, memprioritaskan kualitas produk dan pembagian tugas kerja. Pembagian tugas kerja dapat memperlancar proses produksi karena tugas kerja dibagi sesuai keahlian yang dimiliki. Pengelolaan sumber-sumber produksi yang baik berdampak pada kualitas produk. Salah satu keberhasilan perusahaan adalah dapat memasarkan produknya ke pasar. Untuk menjangkau jaringan pasar yang lebih luas dalam memproduksi suatu barang perlu memperhatikan sasaran pasar yang akan dituju. Strategi yang diterapkan meliputi menjaga kualitas produk, penetapan harga jual yang berdaya saing, saluran distribusi dan promosi. Sasaran pasar sarung goyor mengarah ke pasar lokal dan internasional.

Penelitian ini dilakukan saat proses produksi berlangsung sehingga adanya keterbatasan waktu saat melakukan wawancara dengan narasumber dan keterbatasan dokumen pendukung pada penelitian ini yang bersifat privasi sehingga tidak dapat dilampirkan. Saran untuk penelitian selanjutnya, perlu menambah teknik dalam mengumpulkan data agar informasi terkait optimalisasi produksi dengan peralatan tradisional lebih lengkap. Misalnya dengan menambah beberapa dokumen pendukung yang memperkuat bukti dalam proses pengoptimalan produksi menggunakan peralatan tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia - Social and*

Behavioral Sciences, 195, 1104–1112.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.155>

- Amin, S., . H., & Kurniawan, D. (2018). Family Business Management Model on Fashion Home Industry Jambinese Batik. *KnE Social Sciences*, 3(10), 612–623. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3408>
- Andaleeb, S. S. (2016). Market Segmentation Targeting and Positioning. *Strategic Marketing Management in Asia*, 179–207. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-746-520161006>
- Anggista, G. (2019). *Manajemen Produksi Gula Batu (Studi Kasus Pada Home Industry Riski Dadi Desa Karangpakis, Nusawungu, Cilacap)*.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan* (R. F. Assauri, S. F. Assauri, N. Y. Assauri, & M. E. Nasution (Eds.); Edisi 3). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayu, E. M., Hartama, D., & Andani, S. R. (2020). *Linear Programming Dalam Mengoptimalkan Produksi Industry Keripik Pada Home Industry Buk Tini*. 2, 293–299.
- Budiasih, Y., Asriyal, & Cusyana, S. R. (2019). *Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Berbasis Home Industry Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga di Kelurahan Krukut, Kota Depok*. 1(77).
- Chandrawat, R. K., Kumar, R., Garg, B. P., Dhiman, G., & Kumar, S. (2017). *An Analysis of Modeling and Optimization Production Cost Through Fuzzy Linear Programming Problem with Symmetric and Right Angle Triangular Fuzzy Number*. 1. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-3322-3>
- Dafa'Alla, A. A. (2016). Prospects for The Aerospace Industry in The Sudan. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 13(3), 234–248. <https://doi.org/10.1108/wjtsd-02-2016-0025>
- Fithri, P., Lina, E. C., Games, D., Refdi, C. W., Andre, H., Utami, P. A. Z., & Asri, Y. O. (2019). *Strategi Pemasaran untuk Optimalisasi Produksi dan Komersialisasi Kakao di Kabupaten Pasaman*. 2(3), 193–199.
- Georgiadis, G. P., Kopanos, G. M., Karkaris, A., Ksafopoulos, H., & Georgiadis, M. C. (2019). Optimal Production Scheduling in the Dairy Industries [Research-article]. *Industrial and Engineering Chemistry Research*, 58(16), 6537–6550. <https://doi.org/10.1021/acs.iecr.8b05710>
- Gherghina, S. C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N. (2020). Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Engine of Economic Growth through Investments and Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/SU12010347>
- Gujral, M., Rauzela, M., & Chuchu, T. (2016). *An Application of the Marketing Mix and Online Marketing as a Business Strategy for SMME Cafes in South Africa*. 8(August), 14–25.

- Hahn, G. J., & Brandenburg, M. (2017). A Sustainable Aggregate Production Planning Model for The Chemical Process Industry. *Computers and Operations Research*. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2017.12.011>
- Handayani, N., & Ardini, L. (2017). Local Product Marketing Strategy (Home Industry) in ASEAN Economic Community (AEC) Era. *International Journal of Business Administration*, 9(1), 75. <https://doi.org/10.5430/ijba.v9n1p75>
- Handoko, T. H. (2017). *Dasar Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Harsono. (2015). *Sukses Sebelum Berbisnis* (T. Hidayat (Ed.)). Sukoharjo: Fairuz Media.
- Harsono. (2016). *Ethnografi Pendidikan Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jasmine.
- He, Y., Gu, C., Chen, Z., & Han, X. (2017). Integrated Predictive Maintenance Strategy for Manufacturing Systems by Combining Quality Control and Mission Reliability Analysis. *International Journal of Production Research*, 55(19), 5841–5862. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1346843>
- Himawati, U. (2018). Analisis Optimalisasi Produksi Melalui Pembagian dan Spesialisasi Kerja (Studi Kasus Konveksi Al-Anfas Desa Hadipolo Jekulo Kudus). *Isbn*, 4(1), 121–138.
- Kumar, A., Luthra, S., Mangla, S. K., & Kazançoğlu, Y. (2020). COVID-19 Impact On Sustainable Production and Operations Management. *Sustainable Operations and Computers*, 1(June), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.susoc.2020.06.001>
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- May, G., Barletta, I., Stahl, B., & Taisch, M. (2015). Energy management in production: A novel method to develop key performance indicators for improving energy efficiency. *Applied Energy*, 149(2015), 46–61. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2015.03.065>
- Miati, I. (2020). *Kualitas Produk pada Industri Batik Gendhies Kota Banjar*. 4, 53–67.
- Muriithi, S. M. (2017). African Small and Medium Scale Enterprises(Smes)Contributions,Challenges and Solutions. *European Journal of Research and Reflection in Management*, 5(1), 2–13.

- North, K., & Varvakis, G. (2016). Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises. In *Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises: Increasing Crisis Resilience, Agility and Innovation in Turbulent Times*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-27303-7_18
- Nur, I., & Djaffar, C. (2020). Kesempatan Memperoleh Pendidikan Pada Masyarakat Pesisir Ponjalae, Palopo: Sebuah Analisis Perspektif Gender. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 109–122. <https://doi.org/10.23917/jpis.v30i2.12235>
- Ortikmirzaevich, T.-B. (2018). Distinctive Features of Organization of Production at Light Industry Enterprises. *Zbornik Radova Departmana Za Geografiju, Turizam i Hotelijerstvo*, 47–2, 88–93. <https://doi.org/10.5937/zbdght1801088o>
- Polon, P. E., Alves, A. F., Olivo, J. E., Paraíso, P. R., & Andrade, C. M. G. (2018). Production optimization in sausage industry based on the demand of the products. *Journal of Food Process Engineering*, 41(2). <https://doi.org/10.1111/jfpe.12644>
- Spardley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Supriyanto, E. (2013). “Manufaktur” dalam Dunia Teknik Industri. *Industri Elektro Dan Penerbangan*, 3(3), 1–4.
- Suranto, Jayanti, A. D., Setyawati, L., & Jatmika, S. (2020). A Study on The Impact of Cultural Tourism on Indonesian Society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(5), 72–86.
- Suranto, Nilamsari, D., Soetjipto, B. E., & Fitriani, S. A. (2020). Supply Chain Management Values for the Society In A Community-Based Tourism Village. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 842–846.
- Suranto, Soetjipto, B. E., Wahyono, H., Haryono, A., & Rodzalan, S. A. (2019). Community Based Tourism: Revitalization of Villages Through Bamboo Plantation Conservation. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(2), 331–339. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7239>
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.